

### Möglichkeiten der Gestaltung von Kongressen der Neuen Gesellschaft für Psychologie

Gold, Volker; Roghé, Gisela; Wegner, Reinhard

Veröffentlichungsversion / Published Version  
Zeitschriftenartikel / journal article

#### Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Gold, V., Roghé, G., & Wegner, R. (1994). Möglichkeiten der Gestaltung von Kongressen der Neuen Gesellschaft für Psychologie. *Journal für Psychologie*, 2(4), 82-91. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-22665>

#### Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY-NC-ND Lizenz (Namensnennung-Nicht-kommerziell-Keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier:  
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.de>

#### Terms of use:

This document is made available under a CC BY-NC-ND Licence (Attribution-Non Commercial-NoDerivatives). For more information see:  
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0>

# Aus dem Elfenbeinturm

---

## Möglichkeiten der Gestaltung von Kongressen der Neuen Gesellschaft für Psychologie<sup>1</sup>

*Volker Gold, Gisela Roghé und Reinhard Wegner*

**Zusammenfassung:** Auf der Grundlage der meist unbefriedigenden Erfahrungen von Teilnehmern an psychologischen Kongressen und Tagungen werden Vorschläge entwickelt, wie die Kommunikation von/über Psychologie in einem größeren sozialen Kontext verbessert werden kann. Als wichtigste Kriterien werden die verschiedenen Teilnehmerbedürfnisse angelegt. Die generellen und berechtigten Interessen vor allem nach mehr aktiver Beteiligung, nach Verständlichkeit der Darbietungs- und Lebendigkeit der Erarbeitungsformen stehen im Vordergrund. Den Planern psychologischer Kongresse und Tagungen werden Alternativen unterbreitet und praktische Vorschläge gemacht, wie sie ihr schwieriges Gestaltungsproblem teilnehmerorientiert und sachgerecht lösen können.

### Kongreßgestaltung: Routineaufgabe oder Gestaltungsproblem?

Ist die Ausrichtung eines Kongresses die Erledigung einer Routineaufgabe? Dann müßte die Zielsetzung feststehen oder durch einen einfachen Auswahlvorgang festzulegen sein. Die Mittel der Zielerreichung<sup>2</sup> müßten ebenfalls bekannt und verfügbar sein.

Offenbar ist dies nicht so. Ein Kongreßkonzept und seine Umsetzungsmöglichkeiten müssen jeweils neu erarbeitet werden. Dies ist ein komplizierter Problemlösungsprozeß, bei dem Zielvorstellungen und Realisierungsmöglichkeiten sich während der Planung erst allmählich herauschälen und bei dem eine Reihe von Entscheidungen zu treffen sind. D. Dörner<sup>3</sup> hat diesen Vorgang als dialektischen Problemlösungsprozeß beschrieben. Wir können ihn auch Gestaltungsprozeß<sup>4</sup> nennen, wollen ihn hier explizit machen und zu seiner besseren Meisterung die folgenden Gesichtspunkte beitragen.

Eine Wirkung der vorliegenden Erörterung könnte aber auch sein, daß Ausrichter von psychologischen Kongressen nach dieser Lektüre sich ihrer Mittel besser bewußt sind

und ihre Ziele klarer sehen und fassen können, so daß sie streckenweise „nur noch“ einen Pfad von der bekannten Anfangssituation zu der bekannten Endsituation zu bewältigen hätten. Die gesamte Ausrichtung eines Kongresses dürfte dennoch ein Gestaltungsproblem bleiben.

### Die Adressaten von Kongressen: Masse oder Klasse?

Es braucht nicht eigens herausgearbeitet zu werden, daß es sich bei einem Kongreß um einen komplizierten Vorgang der Massenkommunikation handelt. Von der Kongreßleitung gewonnene Referenten/Moderatoren verbreiten ihre Themen in bestimmten Sozial- und Arbeitsformen. Sie haben für das Glücken ihrer Anliegen und Absichten zu berücksichtigen, wen sie vor sich haben und müssen sich überlegen, welche Wirkungen sie bei der inneren und äußeren Verfaßtheit ihrer Adressaten tatsächlich erzielen können.

Die Funktion und Bedeutung eines Kongresses läßt sich also nicht ohne Bezug auf die Anliegen der verschiedenen Personen-

gruppen oder -kategorien bestimmen, die planend, organisierend, darstellend, rezipierend oder diskutierend den gesamten Prozeß eines Kongresses realisieren. Die Erfahrung mit bisherigen Kongressen lehrt, daß der „Ortung“ der Teilnehmer bei zukünftigen Kongreßarrangements größere Bedeutung beigemessen und die Wirkung neuer Arrangements auf die verschiedenen Teilnehmer sorgfältiger evaluiert werden sollte (vgl. S. 90).

Zur Sensibilisierung für diesen wichtigen Aspekt werden nachfolgend einige Teilnehmergruppen und Teilnehmerkategorien aufgeführt, ohne daß diese immer genau geschieden werden könnten. Bei Überschneidungen werden nur noch die vermuteten *spezifischen* Anliegen genannt. Auch soll die Reihenfolge der Nennung keine Gewichtung implizieren.

Gruppen/Kategorien	Beschreibung vermuteter Anliegen
Teilnehmer	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ Orientierung über Trendentwicklungen in der Psychologie</li> <li>⇒ Kennenlernen neuer Theorien und Methoden im eigenen Tätigkeitsfeld und in benachbarten Gebieten</li> <li>⇒ Autorinnen und Autoren „live“ erleben</li> <li>⇒ Austausch und Klärung eigener (beruflicher) Erfahrungen, Probleme und Einstellungen</li> <li>⇒ Pflege alter und Knüpfen neuer Kontakte</li> <li>⇒ Suche nach kollektiver Unterstützung berufsständischer oder -politischer Anliegen</li> </ul>
Mitglieder der NGfP	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ Ansprüche an die Selbstdarstellung der Neuen Gesellschaft durch den Kongreß</li> <li>⇒ Wünsche, bei der Ausrichtung, Durchführung und Auswertung des Kongresses beteiligt zu sein</li> <li>⇒ Wünsche bezüglich der Zuträglichkeit und eines guten Services</li> <li>⇒ Hoffnung auf ein günstiges Verhältnis von Aufwand und Ertrag</li> <li>⇒ Erwartungen, daß die parallele Mitgliederversammlung und/oder Sitzungen der festen Arbeitsgruppen zufriedenstellend plazierte und durchgeführt werden</li> </ul>
Studenten	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ Verständlichkeit der Beiträge</li> <li>⇒ Vorausgehende Darstellung der Voraussetzungen einzelner Veranstaltungen</li> <li>⇒ Vernetzungshilfen</li> <li>⇒ Kontaktaufnahme mit erfahrenen und einflußreichen Wissenschaftlern und forschenden Praktikern</li> </ul>
Publikationsinteressierte (z. B. Postgraduierte)	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ Zitierfähige Publikation ihrer Beiträge</li> <li>⇒ Rückmeldungen und Diskussion bezüglich ihrer Beiträge</li> <li>⇒ Anregungen für ihre weiteren Arbeiten</li> <li>⇒ Kollegiale Kontakte</li> <li>⇒ Kontakte zu einflußreichen KollegInnen, z. B. zu Beiräten wissenschaftlicher Zeitschriften</li> </ul>
NGfP, gesamte Mitgliedschaft	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ Selbstdarstellung mit Öffentlichkeitswirkung</li> <li>⇒ Mitgliederwerbung</li> <li>⇒ Interesse am Fortschritt der Psychologie</li> <li>⇒ Herausstellung von Besonderheiten gegenüber vergleichbaren Gesellschaften</li> </ul>
Vorstand, der die NGfP vertritt	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ Realisierung der Partizipation der Mitglieder</li> <li>⇒ Einhaltung demokratischer Spielregeln bei Entscheidungen</li> <li>⇒ Ökonomische Ausrichtung des Kongresses</li> </ul>
Arbeitsgruppen in der NGfP, die die inhaltliche Arbeit leisten	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ Mitgestaltung des Kongresses</li> <li>⇒ Gelegenheit, über bedeutsame Zwischenschritte in ihrer Arbeit zu berichten</li> <li>⇒ Profilierung im Kontext der Selbstdarstellung und Politik der NGfP</li> <li>⇒ Mitarbeiterwerbung</li> </ul>

## Die Kongreßleitung: Aus einem Stück oder zusammengesetzt?

Wenn es sich bei der Kongreßgestaltung um die Lösung eines Problems mit offener Zielstruktur handelt, bei dem also Ziel- und Mittelfindung gleichzeitig in Angriff genommen werden müssen, muß ein Gremium benannt werden, das in einem festgelegten Rahmen und für eine festgelegte Zeit Entscheidungsvollmacht besitzt und bereit ist, sich für das Gestaltungsprodukt zu verantworten.

Dies kann – wie bei der Kasseler Documenta – eine Person sein. Es kann aber auch eine kleine Gruppe sein, die in der Lage ist, zu einvernehmlichen Entscheidungen zu gelangen. Ungünstig erscheint eine größere – eventuell repräsentativ zusammengesetzte – Gruppe, die Mehrheitsentscheidungen herbeiführen muß, weil sich dann nämlich für das Gestaltungsprodukt niemand verantwortlich zu fühlen braucht. Jedes Gruppenmitglied könnte sich dann hinterher darauf berufen, daß es wegen der Mehrheitsverhältnisse in der Gruppe seine Vorstellungen nicht habe durchsetzen können. Eine solche Form kann man natürlich wählen, wenn man von vornherein darauf verzichtet, jemanden für das Ergebnis verantwortlich machen zu wollen.

Eine Alternative zu dem *einen* gestalten den Gremium wäre die Zerlegung der Kongreßplanung in mehrere Gestaltungsaufgaben und damit mehrere Gestaltungsgremien. Es sind dann quasi mehrere Teilkongresse zu organisieren. Wenn man z. B. einen festen Zeitraster anlegt, könnten die so entstandenen Gestaltungszeiträume von unterschiedlichen Planungsgremien ausgefüllt werden. Die NGfP könnte sich zur Realisierung dieses Konzepts ihre Arbeitsgruppenstruktur zunutze machen. Jeweils eine Arbeitsgruppe übernimmt dann z. B. die Gestaltung eines Kongreßtages. Jede Arbeitsgruppen hätte damit auch die Chance, im Laufe der Jahre einmal etwas in ihrem Sinne zu gestalten.

Es versteht sich von selbst, daß die angesprochenen „Teilkongresse“ zeitlich nicht *nebeneinander* stattfinden können. Das ginge nur bei einer Teilnehmer- bzw. Mitgliederstruktur, die so heterogen ist, daß Wechselwünsche oder Doppelinteressen nicht zu erwarten wären – eine zum Glück unrealistische Vorstellung.

## Das Kongreßthema: Ein Dilemma mit Folgen

Es gibt mindestens drei Möglichkeiten, die Frage nach einem Kongreßthema oder -motto zu beantworten und damit den Kongreß in gewisser Weise vorzubestimmen, wobei jede Lösungsvariante ihre Vor- und Nachteile hat.

### Kein Kongreßthema

Der Kongreß hieße dann z. B. einfach „4. Kongreß der Neuen Gesellschaft für Psychologie“.

- Die Werbewirkung auf Fernerstehende, die von der NGfP noch keine Vorstellung haben, dürfte gering sein.
- Es ergeben sich keine inhaltlichen Ausschlußkriterien bei der Auswahl von Beiträgen; man könnte nur formale Kriterien anlegen. Da diese aber schwer zu legitimieren sind (vgl. S. 88), könnte der Kongreß zu einem Sammelsurium geraten.
- + Fachwelt und Öffentlichkeit könnten auf die sich abzeichnenden Trends gespannt sein und sich fragen: „Welche Themen werden wohl diesmal in den Vordergrund rücken, welche werden wieder ‚out‘ sein?“

### Inhaltlich eingrenzendes Kongreßthema

Der Kongreß hieße dann beispielsweise „Probleme des Alterns an der Jahrtausendwende“ oder „Tiefenpsychologie heute“.

- Inhaltlich oder methodisch anders orientierte Mitglieder der NGfP dürften sich erheblich frustriert fühlen bei der Aussicht, ihre Arbeitsthematik nur noch selten auf ihren Kongressen offerieren zu können.
- Themen, die mit einer nicht vorhersehbaren aktuellen Situation zusammenhängen, können auf dem Kongreß nicht „untergebracht“ werden (vgl. S. 87).
- + Das Thema könnte viele speziell Interessierte anlocken.
- + Man hätte ein inhaltliches Kriterium für die Annahme oder Ablehnung von Beiträgen.

## Inhaltlich gehaltvolles, aber nicht zu sehr eingrenzendes Thema

Der Kongreß hieße dann beispielsweise „Menschenbilder der Psychologie an der Schwelle zum 3. Jahrtausend“.

- Wenig stichhaltige inhaltliche Ausschlußkriterien für Beiträge
- + Das Motto dürfte werbewirksam sein, wenn es geistreich ist.
- + Unter einem übergreifenden Thema lassen sich fast alle Einzelthemen subsumieren.

## Die Veranstaltungsformen: Dilemmata in Folge

Vollständigkeit kann nicht das Ziel der folgenden Bestandsaufnahme sein.<sup>5</sup> Sie soll im Gegenteil zu weiteren Einfällen anregen. Auch ist die Beschreibung von Vor- und Nachteilen eher als hypothetisch anzusehen. Wir hoffen im Laufe der Jahre an dieser Stelle fundiertere Aussagen machen zu können.

### Die Plenumsveranstaltung

Diese Form wird in ihren Gestaltungsmöglichkeiten entscheidend von der Größe des Kongresses bestimmt. Wir gehen hier einmal von 400 bis 500 Kongreßteilnehmern aus, von denen vielleicht 300 an einer Plenumsveranstaltung teilnehmen wollen.

- Die Zahl der Referenten wird stark begrenzt. Selbst durch die nachstehend beschriebenen Sonderformen läßt sich dieser Nachteil nicht entscheidend ausgleichen.
- + Alle Mitglieder und interessierten Gäste können gleichzeitig angesprochen werden.
- + Alle werden mit neueren Entwicklungen und Positionen konfrontiert.
- + Alle können in irgendeiner Form dazu Stellung nehmen.
- + Die NGfP kann gerade durch solche Prozesse an Identität und Profil gewinnen.

Plenumsveranstaltungen lassen eine Vielfalt von Sonderformen zu. Dabei kann sich die

Variation beziehen auf die Zahl der beteiligten Referenten bzw. Moderatoren, die Wahl der Darbietungsmedien und die Formen der Einbeziehung von Teilnehmern.

### Korreferate

Eine stärkere Strukturierung der Vortragsfolge kann schon durch Korreferate erreicht werden, insbesondere, wenn sie sich auf mehrere Referate beziehen. Voraussetzung ist natürlich, daß alle Referate den möglichen Korreferenten rechtzeitig zur Verfügung stehen.

### Diskussionsmoderation

Eine Variation des Korreferates wäre die Moderation einer Diskussion im Anschluß an ein Referat (oder mehrere Referate) im Plenum. Dies geschieht am besten in Gruppen bis zu 30 Mitgliedern. Die Diskussionsergebnisse sollen anschließend vom Moderator oder einem anderen Teilnehmer im Plenum dargestellt werden.

### Podiumsdiskussion

Die Podiumsdiskussion ermöglicht es, mehr als einen Referenten an einer Plenumsdarbietung zu beteiligen. Wenn allen Teilnehmern alle Referate in „guter Kurzfassung“ (vgl. S. 89) vorher zugänglich gemacht worden wären, und sie sie auch gelesen hätten, bräuchte dabei weniger referiert, könnte mehr diskutiert werden. Jeder Referent bräuchte dann vorab nur auf solche Punkte einzugehen, die umstritten wären oder mißverständlich sein könnten und die deswegen persönlich interpretiert werden müßten. Die eingesparte Zeit könnte für die Diskussion der strittigen Aspekte genutzt werden. Es versteht sich von selbst, daß die Podiumsbeiträge durch Beiträge aus dem Publikum ergänzt und aufgelockert werden müssen. Eine gute Moderation ist auch dabei auf jeden Fall für das Gelingen dieser Veranstaltungsform erforderlich. Als Sonderform der Podiumsdiskussion wäre auch eine „Pro-und-Contra“-Form mit Überprüfung der Wirksamkeit der Argumente oder der Identifikationsstiftung im Plenum denkbar.

## **Schaubilder, Filme, AV-Präsentationen, Inszenierungen**

Es ist auffällig, wie wenig neuere AV-technische Möglichkeiten auf Kongressen genutzt werden. Ein im eigenen Institut sorgsam zusammengestelltes Videoband, unterstützt durch animative Präsentationssoftware könnte manche rhetorische Unzulänglichkeit einer Fachkoryphäe kompensieren, hätte bessere Behaltenswerte aufzuweisen usw. Man kann sogar Laientheatergruppen auftreten lassen. Unterschiedliche Möglichkeiten gibt es auch, Teilnehmer an diesen Darbietungen direkt zu beteiligen. Das kann von einfachen Wahrnehmungsübungen bis hin zu komplexen Seminarexperimenten reichen.

## **Kleingruppen in Großgruppen**

Auf Möglichkeiten, Teilnehmer durch (Klein-) Gruppenbildung an der Diskussion von Vorträgen oder auch an der Produktion neuer Erkenntnisse zu beteiligen, haben wir schon hingewiesen. Auch hier gibt es eine Fülle von Sonderformen, die wir hier nur andeuten wollen.<sup>6</sup>

### *Pools*

Vertreter von Gruppen diskutieren in der Mitte eines Plenums. Auf einem leeren Sessel können spontan weitere Teilnehmer aus dem Plenum mitdiskutieren. Die Frist für das Einwechseln sollte vorher vereinbart werden (10-20 Minuten).

### *Wechselnde Paare*

Das Plenum wird kurzfristig aufgebrochen, indem eine bestimmte Frage, die sich gerade ergibt, paarweise besprochen wird (jeder Zuhörer sucht sich einen Nachbarn dafür). Nach einem Taktsignal sucht sich jeder einen neuen Partner und so fort, bis zu sechsmaligem Wechsel.

### *Lawine*

Es werden erst Paare zu einer wichtigen Frage gebildet. Dann bilden zwei Paare jeweils Vierergruppen, daraus entstehen nach einiger Zeit Achtergruppen. Die ganze Prozedur kann evtl. gekoppelt werden mit gestuften Diskussionsvorschlägen.

### *Vier bis Sechs Ecken*

Teilnehmer mit gleichen Interessen zu Aspekten eines Themas treffen sich zu deren Diskussion in einer bestimmten Ecke des Saales, gruppieren sich unter Umständen auch um zuvor benannte und bekannt gemachte Protagonisten.

### *Ampelfeedback*

Zu Fragen des Moderators/Referenten, bei denen eine rasche Erfassung der Meinungsbildung sinnvoll ist, können in großen Plenumsversammlungen zwischendurch immer wieder rote, gelbe oder grüne Karten hochgehoben werden. So können auch Entwicklungsprozesse in Debatten leicht visualisiert werden.

## **Plenumsveranstaltungen in Blöcken nebeneinander**

Bei dieser mittlerweile auf allen Kongressen praktizierten Veranstaltungsform wird die Aufteilung in Interessengruppen bereits vorausgesetzt – eine meistens unrealistische Annahme. Tatsächlich interessieren sich Teilnehmer in der Regel für mehrere Themenblöcke gleichzeitig, oder für Passagen aus mehreren Themenblöcken. Nur mit Hilfe ausgeklügelter persönlicher „Stundenpläne“ könnte es Teilnehmern gelingen, sich überall die Happen zu sichern, auf die sie aus sind. Doch dies scheitert meistens allein schon daran, daß die Veranstalter es erfahrungsgemäß oft nicht schaffen, die vorgegebenen Zeiten einzuhalten.

- Es bilden sich wegen der Fluktuation keine festen Diskussionsgruppen heraus.
- Teilnehmer, die in Pausen oder abends zum Gespräch zusammenkommen, haben keine gemeinsame Informationsbasis – jeder war gewissermaßen auf einem anderen Kongreß!
- + Teilnehmer mit speziellen Interessen können mit gleichermaßen speziell Interessierten womöglich in einen (intensiven) kommunikativen Austausch treten.
- + Der Hauptvorteil besteht aber darin, daß die Kongreßplaner viele Referenten im Schema unterbringen können.

Die Nachteile überwiegen bei weitem die Vorteile. Sie dürften um so gravierender werden, je

mehr sich die Themen der Blöcke ähneln oder überschneiden. Aus diesem Grund scheint es verfehlt, parallele Themenblöcke nach den Thematiken der Arbeitsgruppen in der NGfP auszurichten.

Eine weitere Verallgemeinerung drängt sich hier auf. Wenn die Interessen der Teilnehmer nach Inhalt, Äußerungsform und Anspruchsniveau nicht eindeutig gruppiert werden können, muß man dem Kongreßplenum den Vorzug geben. Es erscheint insgesamt befriedigender und wirkt integrativer für eine Psychologengesellschaft, die sich gerade formiert, wenn alle Teilnehmer gemeinsam eine Reihe wichtiger Plenumsveranstaltungen besuchen. Allerdings müßten die Vorschläge zur Variation der Referenten, Medien, Beteiligungs- und Kommunikationsformen (vgl. S.84) gleichzeitig beachtet werden.

### Posterausstellungen

Posterausstellungen wären eine ideale Möglichkeit für die Kongreßplaner, viele Beiträge unterzubringen. Leider hat sich aber eine Abwertung dieser Form eingeschlichen. Beiträge, die als Vorträge nicht untergebracht werden können, „dürfen“ als Poster offeriert werden. Wir sollten eine Aufwertung versuchen, indem wir

- auch an Posterbeiträge hohe Gütemaßstäbe anlegen,
- die Veröffentlichung eines Textes – mit festgelegter Seitenzahl – garantieren und
- Poster-Präsentationen ausdrücklich und für einen Zeitraum einplanen, bei denen auch die Autoren für Erläuterungen oder gar Kurzreferate zur Verfügung stehen.

### „Echte“ Workshops

Als „Workshop“ wird heute leider jeder Kurs mit begrenzter Teilnehmerzahl bezeichnet, bei dem nicht ausschließlich frontal unterrichtet wird. Wir halten es für lohnend, die ursprüngliche Workshop-Idee wieder zu realisieren. Eine Reihe von Fachleuten trifft sich, um ein konkretes Forschungs- oder Praxisproblem miteinander zu lösen, bzw. um Lösungsansätze einander vorzustellen und miteinander auszuprobieren. Diese Workshop-Form ist auch in besonderer Weise geeignet, Forscher

und Praktiker miteinander ins Gespräch zu bringen. Sie könnten z.B. ihre Erfahrungen über Analysemethoden, die in Forschung und Praxis angewandt werden, miteinander austauschen.

### Projekte

Projekte unterscheiden sich von „echten“ Workshops darin, daß auch Anfänger teilnehmen können, da arbeitsteilig gearbeitet werden kann. Projekte sollen von einem echten Forschungs-, Praxis- oder Alltagsproblem ausgehen. Die Ergebnisse sollen publizierbar sein. Es empfiehlt sich, Projekte rechtzeitig auszu-schreiben, so daß Vorarbeiten bereits vor Kongreßbeginn ausgeführt werden können.

### Fort- und Weiterbildungskurse

Fort- und Weiterbildungskurse sind lernzielorientiert. Sie unterscheiden sich von Workshops dadurch, daß Erfahrungen und Kompetenzen während des Kongresses vermittelt und nicht nur ausgetauscht werden sollen. Hier könnten auch Bescheinigungen für Fortbildungszertifikate erworben werden. Es versteht sich von selbst, daß Workshops, Projekte und Fort- und Weiterbildungskurse (Trainingsgruppen) nur geschlossene Veranstaltungen mit rechtzeitiger, verbindlicher Anmeldung sein können.

### Offene Angebote

Es ist jedoch genauso denkbar, daß es daneben offene Veranstaltungsformen mit ähnlicher Zielorientierung geben kann. Hier ist an „Schnupperkurse“ zu denken, die auf Interessenweckung abgestellt sind oder auch an Ad-hoc-Arbeitsgemeinschaften, die ein aktuelles Thema aufgreifen wollen. Auch hierfür sollten Zeiten, die sich möglichst nicht mit anderen Angeboten überschneiden, eingeplant und Räume zur Verfügung gestellt werden.

### Übergreifende Gruppen zum Austausch persönlicher Erfahrungen

In dem Maße, in dem Teilnehmer in immer wieder wechselnden Zusammensetzungen sich neu begegnen, wächst möglicherweise das Bedürfnis, die unterschiedlichen Erfahrungen in

einer eher vertrauten Gruppe auszutauschen und zu verarbeiten. Hier dürften informelle Beziehungsstrukturen, wie sie vor dem Kongreß schon bestanden, zum Tragen kommen.

Es sind aber auch schon positive Erfahrungen damit gemacht worden, einen solchen Gruppenbildungsprozeß durch die Angebote von Räumen und veranstaltungsfreien Zeiten, durch ein spielerisches Zuordnungsverfahren (z. B. Auslosen) und durch den Einsatz gruppendynamisch erfahrener KollegInnen (für die Kommunikationsmoderation) nachdrücklich zu unterstützen. Solche Stamm- oder Rückzugsgruppen sind z. B. (nach anfänglichem Erstaunen) von den allermeisten Teilnehmern des internationalen Schulpsychologenkongresses in Bamberg mit großer Befriedigung angenommen worden.

Daß Teilnehmer gut lesbare Namensschilder (Sticker) ausgehändigt bekommen, ist inzwischen gängige Kongreßpraxis. Man könnte aber auch konsequenterweise an einen Computerservice denken, der hilft, interessenkonforme wissenschaftliche Gesprächspartner aus der Menge der sonst unbekannt bleibenden Kongreßbesucher herauszufiltern. Über ein Kontaktbrett oder eine Treffsäule (bei einer Cafeteria) fänden dann bestimmte Gesprächspartner eher zueinander, die der Zufall allein nicht zusammengebracht hätte. Kongresse sind eben auch Gelegenheiten, daß Insider nicht unter sich bleiben!

### **Pausengestaltung und Rahmenprogramm**

Pausen sind auf Kongressen ein äußerst wichtiger Kommunikationsrahmen. Um das Interaktionspotential zu erhöhen, sollten Pausen daher reichlich zugestanden und so plziert werden, daß sich möglichst viele Teilnehmer auch begegnen können. Auch für Psychologen sollten Hemmschwellen gesenkt werden, wenn man erreichen will, daß sich bisher unbekannte KollegInnen in eine informelle Austauschbeziehung begeben. Es sollten dafür (wenige!) Räume zur Verfügung stehen, die durch Ausstattung und Angebote (Stehbuffet u. ä.) und durch eine gewisse Abgeschirmtheit gegenüber der sonstigen Öffentlichkeit für Teilnehmer attraktiv sind.

Rahmenveranstaltungen sollten ebenfalls so organisiert werden, daß sie in vielfältiger Weise Kommunikation ermöglichen. Bei offe-

nen Abenden, Gesellschaftsabenden oder auch Festen, die man ja immer einplant, damit die Teilnehmer sich auch eher auf persönlicher Ebene oder eben bloß spielerisch begegnen können, sollte man aber auch mit einer angekündigten Attraktion für hohe Beteiligung sorgen. Dienlich wäre es nach aller Erfahrung auch, den Abend nicht zu spät an einer relativ abgeschlossenen Stätte mit wenig Sitzmöglichkeiten (Stehbar usw.) anzusetzen und Musik moderat einzusetzen

### **Die Auswahl von Beiträgen und ihre Zuordnung zu Veranstaltungsformen**

Die Auswahl der Beiträge ist das gravierendste Problem jeder Kongreßgestaltung, jedenfalls wenn durch Bekanntheit und Attraktivität des Kongresses das Beitragsangebot eine gewisse Schwelle überschritten hat. Die Ausrichter des Kongresses stehen vor dem Dilemma, wenige oder möglichst viele Beiträge anzunehmen.

#### **Nur wenige Vorträge annehmen**

- Die Auswahl dürfte äußerst schwierig sein und sich schwer legitimieren lassen.
- + Jeder Teilnehmer könnte im Prinzip an jedem Beitrag partizipieren.
- + Es bleibt ausreichend Zeit für Diskussion und Erfahrungsaustausch.

#### **Viele Vorträge annehmen**

- Organisatorische Schwierigkeiten:
- Wenig Diskussions- und Pausenzeit,
- Notwendigkeit der Parallelisierung von Plenumsveranstaltungen mit all den geschilderten Nachteilen (vgl. S. 86).
- + Entlastung vom Vorwurf einer schwer legitimierbaren Selektivität

#### **Ausweg: Verweis auf andere Beitragsformen**

Eine Lösung dieses Dilemmas sehen wir darin, den Referenten in größerem Umfang an-



dere Beitragsformen anzubieten, die ebenfalls schon vorgestellt wurden:

- Ausarbeitung eines Korreferats und/oder Moderation einer Diskussionsgruppe auf einer Plenumsveranstaltung
- Teilnahme an einer Podiumsdiskussion auf dem Podium
- Anfertigung eines Posters mit schriftlicher Erläuterung
- Teilnahme an einem „echten“ Workshop
- Teilnahme an einem Projekt, dessen Ergebnis ja ebenfalls publiziert werden soll. (Dieses müßte aber nicht schon am Ende des Kongresses vorliegen, Projekte könnten auch Kongresse miteinander verbinden.)

Alle bisher genannten Formen gehen mit der Ausarbeitung eines umfangreicheren schriftlichen Beitrages einher. Die Veröffentlichung dieses Beitrages (z. B. in einem Kongreßbericht oder in der Fachzeitschrift der NGfP) scheint für viele der entscheidende Grund für ihr Beitragsangebot in Form eines Kongreßreferats zu sein. Wenn nun die Publikation einer Kurzfassung garantiert werden könnte, würde vermutlich die Attraktivität der vorgenannten Ausweichformen (gegenüber dem klassischen Vortrag) steigen. Unser Vorschlag zur Erprobung:

### Die „gute Kurzfassung“ schon im Vorfeld des Kongresses

Die Teilnehmer eines Kongresses erhalten bei ihrer Anmeldung „gute Kurzfassungen“. Wir verstehen darunter maximal drei DIN A 4-Seiten, die nach den Kriterien des Hamburger Verständlichkeitskonzepts überarbeitet wurden.<sup>7</sup> Die späteren Teilnehmer können daraufhin schon zu Hause ihre Fragen, Wünsche und Kommentare auf beigelegten Formblättern vermerken und diese einschicken/durchfaxen. Diese werden dann vom Schreibbüro der Kongreßleitung zusammengestellt und den Referenten/Moderatoren so rechtzeitig zugestellt, daß diese auf dem Kongreß überlegt darauf eingehen können. Wir sind sicher, daß dann immer noch genügend Fragen beim Kongreß zu diskutieren sind, ja, daß man dadurch schneller zum wesentlichen Kern eines psychologischen Problems vordringen kann.

### Gütekriterien für die Auswahl von Beiträgen

Alle Beiträge sollten sehr sorgfältig selegiert werden. Das setzt ausgearbeitete Gütekriterien voraus. Wie auch immer das Auswahlgremium zusammengesetzt ist, es sollte vor dem Vorwurf der Willkürlichkeit geschützt werden. Hilfreich wären natürlich *inhaltliche* Kriterien durch eine Spezifizierung des Kongreßthemas, die aber wiederum Nachteile mit sich bringen (vgl. S. 84).

Wir können aber auch einige *formale* Kriterien für Kongreßbeiträge nennen, die speziell verhindern könnten, daß Teilnehmer gelangweilt, verdrossen, mit „wäbrigem Mund“ oder mit riesengroßen Fragezeichen nach Hause entlassen werden:

- Es muß sich um ziemlich abgeschlossene Forschungen handeln, jedenfalls nicht nur um bloße Vorhaben,
- bei denen Ziele klar beschrieben und
- Methoden explizit gemacht werden.
- Sie sollen neuartige Ergebnisse erbringen und
- in irgendeiner Weise der Forschungs-, Lehr- oder (Berufs-) Alltagspraxis dienen.
- Mehr Lebendigkeit und Authentizität in der Psychologiekommunikation könnte man sich versprechen, wenn die Autoren Bereitschaft zum freien Vortrag signalisieren würden.
- Beiträgen, die z. B. durch günstige Medienbegleitung interessant und anschaulich zu werden versprechen, wäre unter sonst gleichen Voraussetzungen der Vorzug zu geben.

Diese ergänzbare Liste kann, was ihren Verbindlichkeitsgrad betrifft, nur den Charakter der bei Juristen üblichen Allgemeinklauseln haben. Sie haben nicht den Rang von Gesetzen, können aber allein schon durch ihre vereinbarte Existenz normativ wirksam werden. Unbedingt wünschenswert ist es, daß diese oder weitere Gütekriterien so formuliert wären, daß die Hürde für eine Mitgliederkategorie nicht höher wäre als für eine andere. Der explizite wissenschaftliche Anspruch z. B. müßte für forschende Praktiker ebenso erfüllbar sein wie für hauptberuflich Forschende oder Lehrende.

## **Der Kongreßerfolg: Feedback und Evaluation**

Die Gestaltung läßt sich von Kongreß zu Kongreß nicht verbessern, wenn nicht Erfahrungen gesichert und in die zukünftige Planung eingebracht werden kann. Hierzu könnten Feedback-Veranstaltungen – z. B. in der Mitte und am Ende des Kongresses – dienen. Erfahrungssicherung findet allerdings nur statt, wenn die Feedback-Beiträge der Teilnehmer dokumentiert und ausgewertet werden. Zu beherzigen ist dies vor allem für Feedbackveranstaltungen im Rahmen von Plenums- und Gruppendiskussionen. Für schriftliche oder mündliche Befragungen dürften Dokumentation und Auswertung selbstverständlich sein. Neben Befragungen könnten Methoden der teilnehmenden Beobachtung zum Einsatz kommen.

Evaluationsstudien sind zwar notwendig, aber auch aufwendig. Es wäre wünschenswert, wenn sich in der NGfP eine Arbeitsgruppe fände, die diese wichtige Aufgabe übernähme. In diesen Aufgaben kundige Psychologiestudenten könnten (gegen Bezahlung oder im Rahmen einer Diplomarbeit) dabei gute Dienste leisten. Die Mitarbeit in einer solchen Arbeitsgruppe wäre sicher auch für andere Interessierte attraktiv, wenn die Publikation der Ergebnisse und die Unkostenerstattung gesichert wären.

## **Anhang: Gestaltungselemente, die bereits kongreßerprobt sind**

### **Vorher koordinierte Beiträge referieren<sup>8</sup>**

Vorträge werden referiert – „wie gehabt“, aber der Kongreß wird inhaltlich aufwendiger vorbereitet als üblich. Dazu legen die Organisatoren Themen für die Arbeitsgruppen fest. Für diese thematischen Schwerpunkte werden Referenten gezielt angesprochen und/oder ein „call for papers“ veröffentlicht. Rückmeldungen über die Ergebnisse dieser Bemühungen gehen an die potentiellen Referenten (wer z. B. geantwortet und wer seine Teilnahme – nicht – zugesagt hat). Die beim Organisator eingegangenen Beiträge (keine Abstracts oder Kurzfassungen mehr!) werden an die Moderatoren gegeben und an die Referenten der jeweiligen Arbeitsgruppen verschickt. Die

durch neue Ideen und Vorschläge sich ergebenden Veränderungen verarbeitet jeder Moderator in eine Endform und strukturiert seine Arbeitsgruppe damit schon im Vorfeld.

- Erheblicher Aufwand an Zeit und Geld,
- Praktikabel nur in noch überschaubaren Gruppen, in denen sich Organisator, Moderatoren und Referenten kennen.
- + Referenten haben Gelegenheit, sich schon im Vorfeld aufeinander zu beziehen, sich ab- und einzustimmen.
- + Der Vorgang der inhaltlichen Kongreßplanung wird jedem Referenten durchsichtig gemacht.

### **Kombination von Referaten und Poster<sup>9</sup>**

Jeder Referent stellt in einem kurzen Statement von fünf Minuten Dauer die Substanz seines Beitrages dar. In der sich anschließenden Pause beschäftigen sich die Teilnehmer außerhalb des Vortragsraumes mit den ausgestellten Postern der Referenten. Dabei auftauchende Fragen können die Teilnehmer auf ausgelegte Karteikärtchen notieren, welche der Moderator dann sortiert und an die entsprechenden Referenten weitergibt. Nach dieser Orientierungspause werden die Fragen beantwortet und diskutiert. Dabei können die Antworten der Referenten auch mehr als zehn Minuten in Anspruch nehmen.

- Verstärkte Bemühungen des Moderators im Vorfeld des Kongresses sind erforderlich, um im Kontakt mit den Referenten möglichen persönlichen Verletzungen vorzubeugen.
- Praktikabel nur in Gruppen von höchstens 50 Teilnehmern.
- + Dieses Vorgehen ist im höchsten Maße teilnehmerzentriert.

### **Posterausstellung mit Papieren der Autoren<sup>10</sup>**

Es handelt sich um Posterausstellungen, bei denen die anwesenden Autoren an interessierte Teilnehmer Kurzfassungen oder aber auch ausführliche Schilderungen ihrer Arbeit ausgeben und Fragen beantworten können.

- Hohe Kopierkosten
- + Lehren, Lernen und kollegialer Austausch in informeller Atmosphäre

### Erzählwerkstätten

Bei dieser Veranstaltungsform können erfahrene Kollegen aus verschiedenen Richtungen der Psychologie von ihrer Arbeit erzählen und in Informationsaustausch auch mit „Neulingen“ treten. Diese Veranstaltung wird vorwiegend durch die Teilnehmer selbst gestaltet. Von der Kongreßorganisation werden höchstens Thema und Moderator gestellt. Auf dem Schlußplenum sollen aber die wichtigsten Ergebnisse auf einem Poster vorgestellt werden.

### Anmerkungen

- 1 Im Prinzip sind unsere Vorschläge natürlich für jede humanwissenschaftliche Gesellschaft gedacht, sofern sie mit ihren Kongressen eine *umfassende* Wirksamkeit erzielen möchte und somit auch achtsam ist auf die subjektive Zufriedenheit ihrer Mitglieder und der Teilnehmer an ihren Kongressen.
- 2 Das häufige Erleben einer für die Psychologenschaft erstaunlichen Phantasie- und Hilflosigkeit im Einsatz gruppenspezifischer Mittel bei größeren Zusammenkünften war übrigens ein wichtiger Beweggrund der Autoren, die vorliegende Arbeit anzufertigen.
- 3 Dörner, Dietrich: Problemlösen als Informationsverarbeitung. Stuttgart 1976.
- 4 Wegen der „schlechten“ Definition des Problems der Kongreßplanung müssen kreative Wege beschritten werden, um zu überzeugenden Lösungen zu gelangen!
- 5 Als Literatur, die das ABC einer jeden Kongreßplanung betrifft und bis in Details hinein geht (Blumenbinde etc.) kann empfohlen werden: Volker Neuhoﬀ, Der Kongreß. Vorbereitung und Durchführung wissenschaftlicher Tagungen. Vgl. v. a. Kap. 9. 1989 (II.). Für die Planung von Unterformen eines Kongresses könnte man auch profitieren von Gerd Amelburg, Konferenztechnik. Gruppengespräche –

- Die erforderliche vorherige Zeitbegrenzung der Erzählungen wirkt einengend.
- + Verfahren kommt Praktikern entgegen.
- + Persönliches Kontaktknüpfen besonders gut möglich.

### Diskussionsgruppen

In Diskussionsgruppen werden Streitfragen aufgeworfen und kontrovers diskutiert. Das Ziel ist dabei weniger eine Lösung der Fragen selbst, als die Klärung der unterschiedlichen Voraussetzungen der einzelnen Richtungen und ihrer Vertreter. Die Ergebnisse sollen aber auf dem Schlußplenum per Poster vorgestellt werden.

Teamarbeit – Workshops – Kreativsitzungen. A'VDI, Düsseldorf, 1988.

- 6 Rabenstein, R. und Reichel, R. Großgruppen-Animation (v. a. 3. Teil, z. B. S. 59, 86, 98-107). Ökotoxia, Münster 1986.
- 7 Zur Erinnerung: Neben der gebotenen Kürze-Prägnanz Einfachheit, Gliederung-Ordnung, und in diesem Fall nicht zu viel zusätzliche Stimulanz. Letztere bliebe mündlichen Präsentationen vorbehalten. Nachzulesen z. B. in F. Schulz v. Thun, Miteinander reden: Störungen und Klärungen, S. 140-155. Reinbek 1981.
- 8 Mitteilung von Wolfgang Maiers.
- 9 Mitteilung von Peter Mattes, der diese Form auf dem 2. Kongreß der NGfP in seinem Kolloquium „Postmoderne Herausforderungen“ praktiziert hat.
- 10 Mitteilung von Jan Reistrat, der als studentischer Teilnehmer am APA-Jahreskongreß 1992 in San Francisco Beobachtungen und Erfahrungen machen konnte (bezieht sich auch auf Erzählwerkstatt und Diskussionsgruppe). Auch H.-W. Hoefert hebt in seinem Bericht vom APA Kongreß 1993 in Toronto hervor, mit welcher Umsicht und Fürsorge dort organisiert wurde und auf welche einfallsreiche Veranstaltungsvarianten man dort gekommen ist. (vgl. Journal für Psychologie 2 (2), 1994, 82 f.).